***Иванова Алина Алексеевна, Зинченко Светлана Александровна***

*1 курс, «Экономика», Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Смоленск*

*Научный руководитель:* ***Жебрунова Людмила Александровна,***

*к. филол.н., доцент кафедры естественнонаучных и гуманитарных дисциплин*

*Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Смоленск*

luckfoxtage@mail.ru, Sveta.Lana.Zin@mail.ru

**МЕТАФОРА КАК СПОСОБ НАИМЕНОВАНИЯ НОВОГО В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ**

***Аннотация****: в работе рассматриваются процессы метафоризации как явления и ее особенности на материале лексики подъязыка экономики в английском и русском языках в сопоставлении.*

***Ключевые слова****: номинативная метафора, профессиональный подъязык экономики, метафорический перенос*

*Ivanova A.A., Zinchenko S. A.*

*1st year, Еconomics, Smolensk Branch of PRUE, Smolensk*

*Scientific adviser: Zhebrunova L.A., PhD in Linguistics,*

*assistant professor, Department of Sciences and Humanities*

***Abstract:*** *This article reviews the processes of metaphorization and its attributes in the economic vocabulary in English and Russian in comparison.*

***Key words:*** *nominative metaphor, professional sublanguage of economics, metaphorical transfer.*

В данной работе мы проанализируем процесс метафоризации, в результате которого происходит появление новых терминов, терминологических сочетаний и выражений: «номинация новых объектов и процессов за счет привлечения образных сравнений была и остается одним из типовых механизмов терминообразования» [1].

Согласно мнению современных исследователей метафору можно определить несколькими способами:

1) Метафора – это несвойственное имя, что переносится с вида на род, либо с рода на вид, либо с вида на вид, либо с рода на род (Аристотель).

2) Метафора — это перенесение наименования с одного объекта либо явления действительности на другой на основании их подобия в каком-либо отношении либо по контрасту.

3) Метафора – это писательский метод, что дает возможность сделать текст наиболее красочным и эмоциональным. Состоит он в том, что переносит качества одного объекта либо действия на другой.

4) Метафора — слово или выражение, используемое в переносном смысле, в основе которого лежит сопоставление неназванного объекта или явления с каким-либо иным объектом на основании их общего.

Метафоры позволяют обозначить трудновыразимые, еще не названные явления действительности, а также аспекты межличностных взаимоотношений. Каждое новое средство выразительности речи представляет собой неожиданное сочетание слов и смыслов. Но, стоит заметить, исключительно удачные метафоры остаются в языке.

1. Существует множество работ, посвященных исследованию механизмов образования таких метафорических терминов, например: «Концептуальная модель значения идиомы» [2], «Когнитивное значение мотивированности метафорической инновации» (Шайхутдинова 1991) [3], «Современная теория метафоры» [4], «Концептуальные интеграционные схемы» (Fauconnier, Turner 1998) [5], «Когнитивные аспекты семантики метафорических инноваций» (Липилина 1998) [6], «Лингвокогнитивная модель фразеосемантического поля «Страхование» (на материале английского и русского языков)» [7].

Образование метафоры-термина нагляднее будет представить в виде трех ступеней:

1) Выделение объекта с учетом его отличительных признаков

2) Концептуализация

3) Превращение выбранного объекта в самостоятельный термин [1].

Термины подъязыка экономики, в ходе формирования которых приняла участие метафора, возможно систематизировать по нескольким группам. Так, Калугина Ю.Е. в своей работе «О некоторых особенностях процесса метафоризации в экономической терминологии» [8] выделяет:

1) Термины, образованные от имен собственных;

2) Термины, образованные от имен нарицательных.

Среди терминов первой группы можно провести разделение на термины, образованные от топонимов (географических названий) и от имен лиц, известных широкой общественности (персонажи художественной литературы, политические деятели). Приведем примеры:

\* Термин Оld Lаdy of Thredneedle Street («Старая леди с Треднидл-стрит») как Банк Англии; Треднидл-стрит – расположение английского Банка; данное название произошло от карикатуры девятнадцатого века, на которой было изображение премьерминистра У. Пита, попытавшегося заполучить золото, находящееся в сундуке, именно на нем расположилась пожилая леди.

 \* Mаtildа bond («облигация Матильда») – облигация, которую выпустил в австралийских долларах иностранный заемщик в Австралии. Для коренных жителей страны это имя ассоциируется с достаточно известной национальной песней, являвшейся ранее неофициальным гимном Австралии “Wаltzing Mаtildа” (1895 г.).

 \* Lаdy Mаcbeth strаtegy (стратегия леди Макбет) – тактика поглощения компании, при которой некое третье лицо изображает из себя «белого рыцаря», но следом присоединяется к вражескому претенденту на покупку компании. Безусловно, в данном случае имеет место оценочная коннотация, однозначно указывающая на хитрость и коварство персонажа Уильяма Шекспира – леди Макбет.

Термины же, образованные от других слов (существительных нарицательных), могут быть классифицированы следующим образом:

1.Термины на основе метафоры из мира животных:

«American Eagles» (американские орлы) – вид американских золотых и серебряных монет;

«Panda» (Панда) – современная китайская золотая монета.

Термин-зоосемизм «loonie» (производный от loon – гагара) используется для названия Канадского доллара, на котором изображена гагара.

Национальным символом Новой Зеландии является нелетающая птица киви и одноименный термин «kiwi» (киви, бескрыл), обозначающий национальную валюту, пользуется большой популярностью.

«Bulldog bond» (облигации «бульдог») используется английский символ – бульдог.

2. Термины на основе метафоры из мира растений:

«Tequila crisis» (кактусовая водка текила, которая изготавливается в Мексике) - (наименование является не совсем правильным переводом на русский язык испанского идиоматического формулировки “efecto tequila”, соответствующего русскому “эффект домино”) – это финансово-экономический спад, обнаружили целый ряд минусов в мексиканской экономике, подобных зависимости от США и недостаток элементов регулирования внешних экономических потоков.

3. Термины на основе метафоры из мира мифов:

«Dragon bonds» (облигации “Дракон”) - выступать в роли разновидности евродолларовой облигации, денежная еденица которой считается зарубежной как для инвестора, так и для заемщика. Профессиональные члены рынка еврооблигаций присвоили данной ценной бумаге название “дракон”, для того чтобы выделить выразительность азиатской культуры, так как этому существу отведено действительно почетное место в восточной мифологии.

4. Термины на основе метафоры из мира человека с акцентированием родственных связей:

 «Granny bonds» (бабушкины облигации) – индексированные облигации**,** которые правительство выпускало в 70**-**х гг**.** для поощрения сбережений пенсионеров**;** необращающиеся сберегательныеоблигации были призваны защитить население от инфляции (впоследствии стали доступны всем желающим)**.**

5. Термины на основе метафоры из мира человека и созданных им предметов:

«footloose industries» (свободная отрасль) - это общий термин для [отрасли](https://en.wikipedia.org/wiki/Industry), которая может быть размещена и расположена в любом месте без влияния факторов производства, таких как ресурсы, земля, рабочая сила, капитал и предприятие.

6. Термины на основе метафорического переноса наименований дней недели и месяцев:

«black Friday» (черная пятница) - В США Черной Пятницей называется день шоппинга сразу после Дня Благодарения. Изначально такое название день получил из-за того, что за покупками пошло настолько много людей, что это вызвало аварии на дорогах и иногда даже вспышки насилия.

7. Термины на основе метафоры цветообозначения:

«green bond» (зеленая облигация) – облигации - инструмент со стабильной, но относительно невысокой доходностью. «Зеленые» бонды в этом смысле ничем не отличаются от раскрашенных другими цветами бумаг. Так, в 2017 году «Apple» выпустила 10-летние «green bonds» на сумму $1 млрд с купонным доходом 3%.

8. Термины на основе метафоры, использующей наименования продуктов питания, кухонных принадлежностей и кулинарии:

 «financial menu» (финансовое меню) - набор финансовых альтернатив *(особ. в отношении задолженности развивающихся стран)*

Итак, номинация нового, заполнение лакун в языке, с точки зрения когнитивно-дискурсивной лингвистики происходит на основе метафоризации (речь идет о языковой метафоре, помогающей создавать новые наименования и называть понятия, а не о художественной, помогающей единично украсить текст). Новые термины – это, как правило, *ассоциативные образования*. *Ассоциации* привлекаются из глобальных областей ментального лексикона, которые можно определить как *миры объективации*: «Мир человека» (предметы, действия, отношения и так далее), «Мир состояний» (статика и динамика), «Мир пространственно-временных отношений» и другие. Каждый из рассматриваемых «Миров» может определяться неоднозначно (действует принцип антропоцентризма) и подразделяется на более мелкие единицы, как, например, «Мир человека» (родственные отношения, морально-этические нормы и установки, предметы быта) [7].

На сегодняшний момент работ, описывающих появление новых терминов с точки зрения концептуальной (языковой) метафоры очень много. Это современное направление охватывает лексиконы разных подъязыков экономики, политики и проч. Но отметим, что преобладает огромное влияние английского языка как универсального средства общения в мировом бизнесе и политике, поэтому в русский язык импортируются чужеродные модели ментального лексикона вместе с терминами, называющими новые понятия.

**Ссылки на источники**

1. Ивина Л.В. Лингвокогнитивные основы анализа отраслевых терминосистем (на примере англоязычной терминологии венчурного финансирования). М.: Академический Проект, 2003. 304 с.
2. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Концептуальная модель значения идиомы // Когнитивные аспекты лексики. Немецкий язык / ред. Е.В. Розин. Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 1991. С. 3-13.
3. Шайхутдинова Х.А. Когнитивное значение мотивированности метафорической инновации // Когнитивные аспекты лексики. Немецкий язык: сб. науч. трудов. Тверь, 1991. С. 228-243.
4. Lakoff, G., Johnson, M. Metaphors we live by. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 256 p. P. 3
5. Fauconnier, G., Turner, M. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities. N.-Y.: Basic Books, 2002. 464 p.
6. Липилина Л.А. Когнитивные аспекты семантики метафорических инноваций: Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.19. М.: МГУ, 1998. 24 с.
7. Жебрунова Л.А. Лингвокогнитивная модель фразеосемантического поля «Страхование» (на материале английского и русского языков): Дис. … к. филол. н. Смоленск: Смоленский гуманитарный университет, 2009. 225 с.
8. Калугина Ю.Е. О некоторых особенностях процесса метафоризации в экономической терминологии / Актуальные проблемы теории и практики межкультурной коммуникации: сб. науч. трудов. Москва, 2010. С. 50-58